

UNIVERSITAS BINA NUSANTARA

Fakultas Ekonomi dan Komunikasi

Jurusan Komunikasi Pemasaran

Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi

Semester Ganjil 2014/2015

Strategi Komunikasi Persuasif Dalam Membentuk Kerja Sama

(Studi Kasus Divisi Media Partner Pada Vibiz Media)

Rendy 1501188504

Abstract

Vibiz Media Network is one of leading online media in Indonesia certainly has a specific persuasive communication strategy for developing themselves, so that can compete with others media in Indonesia. This study researches about how persuasive communication strategy Vibiz Media Network in forming cooperation, also in form a trust, and also obstacles as well as the solutions to the existing problems. This research uses concept of communication, concept of organizational communication, concept of persuasive communication, concept of trust. This type of research uses method of qualitative descriptive research, and the method of research used study case method. Persuasive communication strategy Vibiz Media Network has been running well, but there are some obstacles from external and internal in the process of forming these cooperation.

Keywords : Communication strategy, Cooperation, Trust

ABSTRAK

Vibiz Media Network yang merupakan media online terkemuka di Indonesia tentu memiliki strategi komunikasi persuasif khusus untuk mengembangkan diri, sehingga dapat bersaing dengan media lain yang ada di Indonesia. Penelitian ini meneliti tentang bagaimana strategi komunikasi persuasif Vibiz Media Network dalam membentuk kerja sama, serta membentuk kepercayaan, dan juga hambatan serta solusi dari permasalahan yang ada. Penelitian ini menggunakan konsep komunikasi, konsep komunikasi organisasi, konsep komunikasi perusasisif, dan konsep kepercayaan. Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif, serta metode penelitian yang digunakan adalah metode studi kasus. Strategi komunikasi persuasif Vibiz Media Network sudah berjalan dengan baik, namun ada beberapa hambatan dari pihak internal dan eksternal dalam proses membentuk kerja sama.

Kata kunci : Strategi komunikasi, kerja sama, kepercayaan